

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan (Sari *et al.*, 2017) menganalisis harga pokok produksi berbasis metode *full costing*. Dimana dalam perhitungan metode *full costing* menghitung semua biaya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik tetap maupun variabel. Dalam penelitiannya menunjukkan terjadi selisih laba dimana laba senyatanya lebih besar dari laba yang seharusnya. Hal ini terjadi karena pada perhitungan harga pokok produksi laba senyatanya hanya membebankan biaya *overhead* pabrik berupa biaya penolong, sedangkan laba seharusnya menghitung seluruh biaya *overhead* pabrik meliputi biaya penyusutan mesin, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya listrik, biaya air, biaya administrasi, biaya pemeliharaan mesin tidak ada perhitungan secara khusus.

Athori (2016) menganalisis perencanaan laba dengan menggunakan metode *variabel costing*. Selama ini perusahaan menggunakan metode *full costing* dalam perhitungan laba rugi, sehingga manajer akan kesulitan dalam melakukan perencanaan produksi tahun berikutnya, hal ini mengakibatkan perusahaan dalam melakukan perencanaan laba tidak seimbang dengan penentuan target produksi. Sehingga dalam penelitiannya, metode harga pokok produksi yang digunakan adalah *variable costing* untuk mempermudah proses perencanaan laba yang dapat disesuaikan dengan kapasitas produksi. Maka untuk memisahkan biaya semivariabel kedalam unsur tetap dan variabel menggunakan metode *least square* agar manajer tidak kesulitan dalam melakukan perhitungan *variable costing*.

Bunga *et al.*, (2018) mengevaluasi perencanaan laba menggunakan *cost volume profit*. Dalam perhitungan analisis *cost volume profit* diperlukan pemisahan biaya berdasarkan perilaku biaya. Adanya pemisahan biaya yang bersifat semivariabel terhadap unsur tetap dan variabel dihitung dengan metode *least square* menggunakan MS Excel 2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya variabel yang dikeluarkan lebih besar dari biaya tetap. Biaya variabel akan berpengaruh terhadap besar kecilnya laba kontribusi, maka perusahaan menekan biaya variabel agar tidak terjadi pemborosan seperti biaya listrik dan biaya perlengkapan. Faktor lain yang memengaruhi laba adalah biaya yang dikeluarkan untuk proses renovasi dan berkurangnya jumlah pengunjung menyebabkan laba yang terealisasi lebih besar daripada laba yang diperoleh.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Winarko dan Puji (2017) menganalisis perencanaan laba menggunakan *cost volume profit*. Dalam penelitiannya terdapat biaya semivariabel maka biaya tersebut harus dipisahkan dalam unsur tetap dan variabel menggunakan metode titik tertinggi dan terendah dalam perhitungan analisis *cost volume profit*. Dalam penelitiannya diperoleh hasil bahwa biaya variabel lebih besar dari biaya tetap. Jumlah penjualan jika dikurangkan dengan biaya variabel yang tinggi akan berpengaruh terhadap *contribution margin* yang rendah.

Manfaat yang diambil dari penelitian terdahulu untuk peneliti adalah untuk mendukung penelitian dengan cara membahas rumusan masalah untuk melakukan analisis data, sehingga dapat memecahkan masalah perusahaan terkait

penentuan harga pokok produksi dan analisis *cost volume profit* dalam proses perencanaan laba.

B. Tinjauan Pustaka

1. Konsep Biaya

Dalam menjalankan suatu usaha membutuhkan biaya yang harus dikeluarkan agar suatu perusahaan mampu mempertahankan tujuannya. Biaya adalah hal yang sangat penting dan tidak terpisahkan dalam menentukan harga pokok produksi. Dengan biaya perusahaan juga mampu menentukan laba yang ingin diperoleh perusahaan.

Mulyadi (2010), menyatakan bahwa biaya adalah sumber ekonomi yang dikorbankan dan dapat diukur dengan satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan menurut Siregar *et al.* (2013) *cost* adalah pengorbanan sumber ekonomi yang bertujuan untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang.

2. Penggolongan biaya berdasarkan Fungsi Pokok Perusahaan

Siregar *et al.* (2013) menyatakan bahwa penggolongan biaya berdasarkan fungsi pokok perusahaan dapat dibagi menjadi 3 jenis fungsi pokok, yaitu biaya produksi, biaya pemasaran dan biaya administrasi umum. Pertama, biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang sampai barang tersebut menjadi barang jadi. Biaya produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Kedua, biaya pemasaran adalah biaya yang terjadi dalam hal pemasaran produk seperti, biaya iklan, biaya promosi

dan biaya pengiriman barang. Ketiga, biaya administrasi dan umum adalah biaya yang terjadi dalam rangka mengarahkan, menjalankan, dan mengendalikan perusahaan seperti biaya gaji pegawai administrasi.

3. Penggolongan Berdasarkan Perilaku Biaya

Keberhasilan dalam merencanakan dan mengendalikan biaya bergantung pada pemahaman antar biaya dan aktivitas produksi. Perilaku biaya dapat memberikan informasi yang membantu perusahaan dalam membuat anggaran, mendukung upaya perbaikan berkelanjutan dalam perhitungan biaya produk dan pengambilan keputusan (Kholmi, 2013). Penggolongan biaya berdasarkan perilaku dibagi menjadi biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variabel.

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah secara total tetap tidak sebanding dengan volume yang dihasilkan. Contoh biaya tetap adalah biaya supervisor dan biaya mandor. Biaya variabel adalah biaya yang secara total berubah sesuai dengan volume produksi atau penjualan dan per unitnya tetap. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya semivariabel adalah biaya yang didalamnya memiliki unsur tetap dan variabel. Biaya yang memiliki unsur tetap adalah jumlah biaya untuk menyediakan jasa, sedangkan unsur variabel merupakan biaya yang dipengaruhi oleh aktivitas produksi. Contoh biaya semivariabel adalah biaya listrik dan biaya pemeliharaan aset tetap.

4. Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi mencerminkan seluruh biaya yang terselesaikan selama periode berjalan. Penetapan harga pokok produksi dapat digunakan sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan mengenai harga dan strategi produk.

Harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurangi persediaan produk dalam proses akhir. Harga pokok produksi akan sama dengan biaya produksi yang dikeluarkan apabila tidak ada persediaan produk dalam proses awal dan akhir (Bastian *et al.*, 2010).

Siregar *et al.*, (2014) menyatakan bahwa, harga pokok produksi adalah biaya yang telah dikeluarkan untuk mengolah bahan mentah menjadi barang jadi. Berdasarkan definisi yang telah dijelaskan, harga pokok produksi adalah sekumpulan biaya yang dikeluarkan dan diproses untuk memproduksi barang yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

5. Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

Metode perhitungan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi terdapat dua pendekatan, yaitu metode *full costing* dan *variable costing* (Mulyadi, 2012). Perbedaan pokok antara kedua metode tersebut terletak pada perlakuan terhadap biaya *overhead* pabrik yang bersifat tetap dan bersifat variabel sehingga berpengaruh terhadap harga pokok produksi perusahaan.

a. Metode Full Costing

Mulyadi (2012) menyatakan bahwa *full costing* adalah metode penentuan kos produksi dengan memerhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam

perhitungan harga pokok. Dalam perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap.

Perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* adalah sebagai berikut :

Biaya bahan baku	Rp. xxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	Rp. xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	Rp. xxx
	<hr/>
Harga pokok produksi	Rp. xxx +

Kos yang dihitung dalam pendekatan *full costing* terdiri dari biaya produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik yang bersifat tetap dan variabel ditambah dengan biaya non produksi seperti biaya administrasi umum dan pemasaran.

b. Metode *Variable Costing*

Mulyadi (2012) menjelaskan bahwa, *variable costing* adalah metode penentuan kos produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam kos produksi tanpa memperhitungkan biaya *overhead* tetap. Perhitungan dengan menggunakan metode *variable costing* terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel. Pada perhitungan harga pokok produksi dengan metode *variable costing* bertujuan untuk penetapan harga pokok produk per unit sesuai dengan

perubahan volume yang dihasilkan. Sehingga metode ini dapat digunakan oleh pihak internal perusahaan dalam penetapan harga pokok.

Perhitungan harga pokok produksi dengan metode *variable costing* adalah sebagai berikut :

Biaya bahan baku	Rp. xxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	Rp. xxx
	<hr style="width: 100px; margin-left: 0;"/> +
Harga pokok produksi	Rp. xxx

Kos yang digunakan untuk dalam pendekatan *variable costing* adalah biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik yang bersifat variabel ditambah dengan biaya nonproduksi variabel (biaya pemasaran variabel dan biaya administrasi umum variabel dan biaya tetap (biaya *overhead* pabrik tetap, biaya administrasi umum tetap dan biaya pemasaran tetap).

6. Harga Jual

Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada konsumen atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan (Supriyono, 2013). Harga jual ditetapkan guna untuk mengetahui biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi suatu barang ditambah dengan jumlah laba yang diinginkan.

7. Analisis Cost Volume Profit

Garrison *et al.* (2013) menyatakan bahwa analisis *cost volume profit* adalah alat bantu yang sangat berguna bagi manajer dalam memahami hubungan antara biaya, volume dan laba. Analisis *cost volume profit* berfokus pada pengaruh pada kelima faktor berikut: harga produk, volume penjualan, biaya variabel per unit, total biaya tetap, bauran produk yang dijual.

Analisis *cost volume profit* ini sangat berguna bagi manajer dalam pengambilan keputusan. Dalam proses pengambilan keputusan yang ingin dicapai dalam analisis biaya, volume dan laba mencakup jenis produk yang dihasilkan, jasa yang ditawarkan, harga yang melekat pada suatu produk, strategi pemasaran yang dijalankan dan struktur biaya yang digunakan.

8. Margin Kontribusi

Margin kontribusi adalah jumlah biaya yang tersisa dari total penjualan dikurangi biaya variabel. Jadi margin kontribusi adalah jumlah biaya tersisa untuk menutup biaya tetap perusahaan dan sisanya akan menjadi laba bersih perusahaan. Jika margin kontribusi tidak cukup untuk menutup biaya tetap atau margin kontribusi lebih rendah daripada biaya tetap maka perusahaan akan mengalami kerugian (Garrison *et al.*, 2013). Rumus perhitungan margin kontribusi adalah sebagai berikut:

$$\text{Margin Kontribusi} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

9. Rasio Margin Kontribusi

Rasio margin kontribusi yang disajikan dalam presentase penjualan mengacu pada rasio margin kontribusi. Rasio margin kontribusi tersebut menunjukkan

perubahan total penjualan terhadap margin kontribusi. Perhitungan *rasio margin kontribusi* dilakukan dengan menggunakan rumus (Garrison *et al.*, 2013)

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}}$$

10. *Break Even Point*

Break even point adalah keadaan suatu usaha dimana pendapatan sama dengan biaya yang dikeluarkan. Sehingga analisis break even point menunjukkan tingkat penjualan yang dihasilkan ketika laba perusahaan nol (Garrison *et al.*, 2013).

Jadi titik impas adalah suatu cara untuk mengetahui dalam volume penjualan dan volume produksi berapakah suatu perusahaan tersebut tidak mengalami kerugian dan tidak juga mendapatkan laba. Artinya total pendapatan sama dengan total biaya yang dikeluarkan. Rumus perhitungan *break even point* sebagai berikut :

$$\text{Break Even Point (Nilai Uang)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Margin kontribusi}}$$

11. *Margin Of Safety*

Garrison *et al.* (2013) menyatakan bahwa *margin of safety* adalah kelebihan dari nilai penjualan dalam dolar yang dianggarkan atau aktual di atas titik impas nilai penjualan dalam dolar. Sehingga *margin of safety* digunakan untuk mengetahui berapakah penurunan volume penjualan namun perusahaan tersebut tidak mengalami kerugian. Semakin tinggi tingkat *margin of safety* maka tingkat risiko perusahaan dalam mengalami kerugian rendah atau tidak mencapai titik

impas. Rumus perhitungan *margin of safety* (Garrison *et al.*, 2013) adalah sebagai berikut:

$$\text{Margin Pengaman} = \text{Total penjualan (Aktual)} - \text{Penjualan titik impas}$$

12. Leverage Operasi

Leverage operasi adalah suatu ukuran tentang sensitivitas laba neto operasi terhadap perubahan nilai penjualan. Jika *leverage* operasi tinggi maka peningkatan presentase yang kecil dalam penjualan dapat meningkatkan laba neto dengan jumlah presentase yang jauh lebih besar (Garrison *et al.*, 2013)

Jadi pengungkit operasi (*operating leverage*) adalah penggunaan biaya tetap untuk menciptakan presentase laba yang lebih tinggi ketika aktivitas penjualan meningkat. Semakin besar tingkat pengungkit operasi maka semakin banyak perubahan dalam aktivitas penjualan yang akan mempengaruhi laba

Tingkat pengungkit operasi (*degree of operating leverage-DOL*) untuk tingkat penjualan tertentu dapat diukur dengan menggunakan rasio margin kontribusi terhadap laba (Hansen dan Mowen, 2009).

$$DOL = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Laba}}$$

13. Perencanaan Laba

Perencanaan laba adalah suatu hal pertama dilakukan untuk melaksanakan kegiatan usaha. Dalam suatu perencanaan usaha manajemen dituntut untuk menghasilkan keputusan yang memberikan kontribusi positif terhadap perusahaan. Pada perencanaan laba manajemen akan lebih mudah mengambil keputusan untuk menentukan apa saja yang dibutuhkan dalam proses produksi dengan melihat tahun sebelumnya.

Perencanaan laba adalah pengembangan dari suatu rencana operasi guna utama untuk mencapai cita-cita dan tujuan perusahaan (Carter, 2009). Salah satu tujuan perusahaan adalah mendapatkan laba. Jadi, manajemen harus mampu mengelola perencanaan laba dengan baik dalam usaha pengambilan keputusan.

14. Analisis Target Laba

Garrison *et al.* (2013) analisis target laba adalah salah satu penggunaan pokok dalam analisis biaya volume laba. Dalam analisis target laba (*target profit analysis*), kita mengestimasi kenaikan volume penjualan yang diperlukan untuk mencapai target laba yang diinginkan. Rumus perhitungan analisis target laba adalah sebagai berikut:

$$\text{Target Laba} = \frac{\text{Target laba} + \text{Biaya tetap}}{\text{Margin kontribusi per unit}}$$

